

**UPAYA 88rising DALAM MEMPROMOSIKAN BUDAYA ASIA DI
AMERIKA SERIKAT TAHUN 2018-2023**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Oleh:

ANGGASTYO YUONO AJI

(20323064)

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

**UPAYA 88rising DALAM MEMPROMOSIKAN BUDAYA ASIA DI
AMERIKA SERIKAT TAHUN 2018-2023**

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh
Derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Oleh:

ANGGASTYO YUONO AJI

20323064

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Upaya 88rising dalam Mempromosikan Budaya Asia di Amerika Serikat tahun 2018-2023

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Prodi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat dalam memperoleh
derajat Sarjana S1 Hubungan Internasional



Pada Tanggal

Mengesahkan

Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Ketua Program Studi

Nama Ketua Prodi

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1 **Penguji Skripsi 1**

2 **Penguji Skripsi 2**

3 **Penguji Skripsi 3**

PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya ilmiah independen saya sendiri, dan bahwa semua materi dari karya orang lain (dalam buku, artikel, esai, disertasi, dan di internet) telah dinyatakan, serta kutipan dan parafrase diindikasikan dengan jelas.

Tidak ada materi selain yang digunakan selain yang termuat. Saya telah membaca dan memahami peraturan dan prosedur universitas terkait plagiarisme.

Memberikan pernyataan yang tidak benar dianggap sebagai pelanggaran integritas akademik.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024



Anggastyo Yuono Aji

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK.....	4
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR DIAGRAM.....	7
DAFTAR GAMBAR.....	8
ABSTRAK.....	9
BAB 1	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Cakupan penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	7
1.6 Kerangka Pemikiran.....	10
1.7 Argumen Sementara.....	12
1.8 Metode Penelitian.....	13
1.8.1 Jenis Penelitian.....	13
1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	13
1.8.3 Metode Pengumpulan Data.....	14
1.8.4 Proses Penelitian.....	14
1.9 Sistematika Pembahasan.....	14
BAB 2.....	16
REPRESENTASI BUDAYA ASIA DI MEDIA POPULER AMERIKA	
SERIKAT DAN LAHIRNYA 88rising.....	16
2.1. Representasi Budaya Asia dalam Media Populer di Amerika Serikat.....	16
2.2. Sejarah dan Profil 88rising.....	23
2.2.1. Profil Artis dan Karya.....	24
BAB 3.....	29
ANALISIS UPAYA 88rising DALAM MEMPROMOSIKAN BUDAYA ASIA	
DI AMERIKA SERIKAT TAHUN 2018-2023.....	29
3.1. <i>Catering to the Local Market</i>	29
3.2. <i>Cultural Connection</i>	33
3.3. <i>Leveraging Opportunities</i>	39
3.3.1. Pemanfaatan Sosial Media.....	40
3.3.2. Penggunaan Tren Media Sosial.....	42
3.4. <i>Opening Doors</i>	45
BAB 4.....	51

4.1. Kesimpulan.....	51
4.2 Rekomendasi.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Persentase Artis berdasarkan Etnis	18
Diagram 2. Persentase Artis berdasarkan Etnis di Musik Pop	19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Cuplikan Video Klip La La Lost You - NIKI	33
Gambar 2. Cuplikan Video Klip California - Rich Brian	34

ABSTRAK

Perkembangan industri musik dan hiburan telah membuka peluang bagi 88rising untuk mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat. Sebagai label rekaman dan platform media, 88rising memainkan peran penting dalam memperkenalkan seniman Asia kepada audiens Barat dan membangun kehadiran mereka di panggung global. Didirikan oleh Sean Miyashiro, 88rising menggabungkan unsur manajemen, pemasaran, label rekaman, dan produksi konten yang berfokus pada budaya Asia, untuk mengatasi minimnya representasi Asia di media massa Amerika. Menggunakan teori diplomasi budaya sebagai dasar teoritis, penelitian ini mengeksplorasi strategi dari 88rising dalam membangun jaringan global, mempromosikan narasi beragam, dan mendukung aktivisme. 88rising berhasil menciptakan lingkungan di mana budaya Asia dilihat sebagai ekspresi menarik dan relevan bagi masyarakat luas. Upaya mereka dalam menghadirkan beragam seniman, musik, dan tren budaya Asia merangsang dialog antar budaya dan membuka pintu bagi diskusi tentang identitas dan keberagaman. Melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital, mereka meningkatkan visibilitas dan representasi komunitas Asia di industri musik. Secara keseluruhan, 88rising telah memberikan pengaruh signifikan dalam memperkaya lanskap musik global dengan perspektif yang lebih beragam dan inklusif, memperkuat solidaritas global dan kebanggaan akan identitas Asia.

Kata kunci: 88rising, Budaya Asia, Amerika Serikat, representasi, Diplomasi Budaya

ABSTRACT

The evolution of the music and entertainment industry has opened up new avenues for promoting diverse cultures to a global audience. 88rising, a record label and media platform, has emerged as a prominent force in showcasing Asian culture in the United States. Founded by Sean Miyashiro, 88rising combines elements of management, marketing, record label operations, and content production, with a focus on Asian hip-hop, to address the underrepresentation of Asian artists in American media. Grounded in the theoretical framework of cultural diplomacy, this study delves into 88rising's strategies in building global networks, promoting diverse narratives, and supporting activism. 88rising has successfully cultivated an environment where Asian culture is perceived as an engaging and relevant expression for a wider audience. Their efforts in introducing a variety of Asian artists, music, and cultural trends have stimulated intercultural dialogue and opened doors for discussions on identity and diversity. Through the effective utilization of social media and digital platforms, they have enhanced the visibility and representation of the Asian community in the music industry. Overall, 88rising has made a significant contribution to enriching the global music landscape with more diverse and inclusive perspectives, fostering global solidarity, and promoting pride in Asian identity.

Keywords: 88rising, Asian culture, United States, representation, Cultural Diplomacy.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri musik dan hiburan telah menghadirkan peluang dalam memperkenalkan budaya-budaya baru yang beragam kepada khalayak internasional. Salah satu perusahaan yang menonjol dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat adalah 88rising. Sebagai label rekaman dan platform media, 88rising telah berperan dalam membangun kehadiran seniman-seniman Asia di panggung global dan memperkenalkan elemen budaya Asia kepada penonton Barat (Xilin 2021).

Amerika Serikat memiliki sejarah yang panjang dalam menerima dan mempengaruhi budaya-budaya yang beragam, terutama budaya Asia. Sebelum era kolonialisme, hubungan antara Asia dan Amerika Serikat masih terbilang minim. Pertukaran budaya dan interaksi antara dua benua ini baru mulai terjalin secara signifikan pada abad ke-17 dan 18 melalui jalur perdagangan maritim.

Perdagangan maritim menjadi jembatan penghubung pertama antara Asia dan Amerika Serikat. Jalur perdagangan ini, yang dikenal sebagai Jalur Sutra Laut, menghubungkan Asia Timur dan Tenggara dengan Eropa dan Amerika Utara. Berbagai komoditas berharga dipertukarkan, seperti teh, sutra, porselen, dan rempah-rempah dari Asia, dengan bulu binatang, perak, dan opium dari Amerika. Seiring dengan berkembangnya industri pertambangan dan pembangunan kereta api di Amerika Serikat pada abad ke-19, permintaan akan tenaga kerja murah meningkat. Hal ini membuka peluang bagi imigran Asia, terutama dari Tiongkok, untuk datang ke Amerika Serikat. Mereka bekerja di

berbagai sektor, seperti pertambangan, pembangunan kereta api, dan industri tekstil (Joyner 2005).

Perdagangan maritim dan migrasi orang Asia ke Amerika Serikat membawa dampak yang signifikan terhadap kedua benua. Di Amerika Serikat, imigran Asia berkontribusi dalam pembangunan infrastruktur dan ekonomi negara. Namun, mereka juga harus menghadapi diskriminasi dan rasisme, seperti penerapan undang-undang yang membatasi hak mereka dan kekerasan terhadap komunitas mereka. Sebelum abad ke-20, imigrasi orang Asia ke Amerika Serikat dibatasi oleh kebijakan rasis seperti *Chinese Exclusion Act* tahun 1882.

Namun, kebijakan imigrasi mulai berubah setelah Perang Dunia II. Undang-Undang Imigrasi dan Kewarganegaraan tahun 1965 menghapuskan sistem kuota berdasarkan ras dan membuka peluang bagi imigran dari Asia untuk masuk ke Amerika Serikat. Banyak imigran Asia datang ke Amerika Serikat untuk bersatu kembali dengan keluarga mereka yang sudah tinggal di sana. Kebijakan reunifikasi keluarga memungkinkan sponsor visa bagi anggota keluarga terdekat, seperti pasangan, anak-anak, dan orang tua. Pertumbuhan populasi Asia di Amerika Serikat membawa banyak perubahan positif (The Historian of the U.S. Department of State).

Komunitas Asia telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi, budaya, dan ilmu pengetahuan Amerika Serikat. Mereka juga telah membantu meningkatkan keragaman dan dinamika masyarakat Amerika. salah satu contoh yaitu banyaknya warga keturunan Asia yang menjadi pendiri dan pemimpin dari perusahaan besar seperti Google dan Zoom yang didirikan oleh orang-orang dari keturunan Asia.

Namun, pertumbuhan populasi Asia juga menimbulkan beberapa tantangan. Beberapa orang Amerika merasa terancam oleh perubahan demografis ini dan mungkin memunculkan sentimen anti-imigran. Selain itu, komunitas Asia masih menghadapi diskriminasi dan rasisme di beberapa sektor masyarakat. Konteks budaya Asia di Amerika Serikat juga melibatkan tantangan dan isu tertentu. Salah satunya adalah stereotip dan prasangka yang terkadang terkait dengan budaya Asia. Masyarakat Asia di Amerika Serikat juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan identitas budaya mereka sambil menyesuaikan diri dengan budaya mayoritas Amerika. dimana hal tersebut didukung oleh faktor kurang nya representasi budaya Asia di media populer Amerika Serikat (Watanabe and Jang 2022).

Dalam industri film, representasi Asia masih sangat kurang. Menurut laporan dari USC Annenberg, dijelaskan bahwa dalam 1.300 film terlaris dari tahun 2007 hingga 2019, dan dari 51.159 karakter yang berbicara dalam 1.300 film tersebut, yaitu hanya 3.034 atau 5,9% yang merupakan aktor dan aktris Asia. Persentase ini tidak berubah secara signifikan setiap tahunnya dan masih di bawah 7,1% dari populasi di Amerika Serikat (Yuen et al. 2021).

Sama hal nya dalam industri musik, representasi Asia juga dinilai masih kurang. hal tersebut didasarkan pada jurnal yang diterbitkan oleh Pace University, yang menjelaskan bahwa mayoritas musisi Pop didominasi oleh 68,09% kulit putih, 14,89% Hispanik/Latin, 7,45% orang Asia kelahiran luar negeri, 4,26% kulit hitam/Afrika-Amerika, 2,13% campuran kulit putih/Asia, 2,13% kelompok dengan berbagai etnis, dan 1,06% Asia-Amerika (Noriega 2020).

Berdasarkan hal tersebut, Sean Miyashiro juga merasakan masalah minimnya representasi Asia di media massa Amerika, khususnya di industri musik. Hal ini membawanya untuk mendirikan 88rising, sebuah perusahaan yang menggabungkan unsur-unsur manajemen, pemasaran, label rekaman, serta produksi konten yang berfokus pada genre hip-hop Asia dan berusaha untuk membawa Asia dan Asia-Amerika suara ke arus utama dan menerobos hambatan genre dan inovasi (Havens 2024).

Perusahaan ini menampung banyak musisi Asia, terutama musisi hip-hop, sekaligus menjadi media bagi musisi Asia lainnya untuk menunjukkan bakatnya di Amerika Serikat. Musik yang dibawakan oleh para musisi yang dinaungi oleh 88rising membawa para penikmat musik di Amerika Serikat pada suatu hal yang baru, namun mereka tetap membawakannya dengan ciri khas negaranya masing-masing. Dengan tujuan untuk mewakili minoritas asia dan melawan representasi yang selalu digambarkan dalam bentuk yang negatif (dao et al. 2019).

88rising memainkan peran yang signifikan dalam memperkenalkan budaya Asia kepada penonton global, khususnya di Amerika Serikat. Sebagai sebuah label rekaman dan platform media, 88rising telah berperan dalam merangkul seniman-seniman Asia yang berbakat dan memberikan mereka panggung internasional untuk mengekspresikan karya-karya mereka. Salah satu kontribusi utama 88rising adalah memperkenalkan genre musik pop, hip-hop, dan R&B dari Asia kepada khalayak Barat (Saragih 2022).

Mereka telah berhasil meluncurkan seniman-seniman seperti Rich Brian (sebelumnya dikenal sebagai Rich Chigga), Joji, NIKI, dan Higher Brothers yang mendapatkan pengakuan dan popularitas di Amerika Serikat. Melalui strategi

pemasaran yang cerdas dan distribusi melalui platform digital, 88rising telah membantu memperluas jangkauan seniman-seniman Asia dan memberikan mereka kesempatan untuk bersinar di panggung global (Herin 2020).

88rising juga memberikan ruang bagi seniman-seniman Asia untuk mengekspresikan identitas budaya mereka melalui musik, video musik, dan produksi audiovisual. Mereka menciptakan narasi baru yang menggabungkan elemen budaya Asia dengan estetika kontemporer Barat, menciptakan produk-produk yang unik dan original. Dalam video musik mereka, 88rising sering menampilkan latar belakang, kostum, dan referensi budaya yang kuat, memberikan pandangan yang autentik tentang kehidupan dan kebudayaan di Asia (Xilin 2021).

Selain itu, 88rising juga memanfaatkan kekuatan media sosial dan teknologi untuk memperkenalkan budaya Asia kepada penonton global. Mereka aktif di platform-platform seperti YouTube, Instagram, dan Twitter, yang memungkinkan mereka untuk menyebarkan karya seniman-seniman Asia mereka secara luas. Video musik 88rising sering kali viral dan mendapatkan jutaan penonton di seluruh dunia, yang membantu memperkuat kehadiran dan pengaruh budaya Asia di Amerika Serikat.

88rising juga melakukan kolaborasi dengan seniman-seniman Barat yang populer. Kolaborasi ini tidak hanya menciptakan musik yang inovatif, tetapi juga membantu dalam memperluas jangkauan dan daya tarik budaya Asia. Mereka menggabungkan elemen budaya Asia dengan gaya dan estetika Barat, menciptakan kolaborasi yang unik dan menarik bagi penonton. Secara keseluruhan, peran 88rising dalam memperkenalkan budaya Asia sangat penting.

Mereka telah membantu meredefinisikan pandangan tentang seniman-seniman Asia dan memastikan bahwa mereka mendapatkan pengakuan yang pantas di panggung global. Dengan memadukan elemen budaya Asia dengan estetika kontemporer Barat, 88rising telah menciptakan narasi baru yang menghubungkan budaya Asia dengan penonton di seluruh dunia (Hu 2018).

Sulit bagi musisi Asia untuk memasuki pasar industri hiburan di Amerika Serikat karena stereotip tentang orang Asia, terutama musisi Asia di luar musik Barat di mana budaya Asia memiliki citra negatif, dengan kata lain budaya Asia menjadi tersingkirkan di Amerika Serikat. Namun 88rising telah berhasil menciptakan terobosan dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat melalui industri musik dan media. Melalui kolaborasi dengan seniman-seniman Asia yang berbakat dan penggunaan strategis media sosial, 88rising telah mampu mengubah persepsi budaya dan membuka pintu bagi pengakuan dan penghargaan terhadap seni dan musik Asia. Penelitian tentang upaya 88rising dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat memiliki relevansi yang signifikan dalam memahami peran industri hiburan dalam memperkenalkan keragaman budaya kepada masyarakat global (Wong 2020).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana upaya 88rising dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat pada tahun 2018-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Riset ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis strategi dan metode yang digunakan oleh 88rising dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat.

1.4 Cakupan penelitian

Penelitian ini memiliki cakupan pada rentang waktu 2018-2023 untuk mengkaji upaya 88rising dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat karena periode ini menandai pertumbuhan dan pengaruh signifikan 88rising dalam industri musik dan media global. Selama tahun-tahun ini, 88rising meluncurkan proyek-proyek penting dan inovasi yang diluncurkan oleh 88rising dalam rentang waktu ini, seperti kolaborasi dengan berbagai bidang, dan penyelenggaraan festival musik *Head in the Clouds*, yang memberikan wawasan tentang strategi mereka dalam mempromosikan budaya Asia dan mengatasi tantangan representasi.

Rentang waktu ini juga relevan karena mencakup peristiwa sosial-politik penting, termasuk meningkatnya kesadaran akan diskriminasi terhadap komunitas Asia selama pandemi COVID-19. Selain itu, perkembangan teknologi dan media sosial pada periode ini memungkinkan 88rising untuk menjangkau audiens global secara efektif, membangun jaringan, dan mempromosikan narasi budaya Asia yang inklusif dan dinamis.

1.5 Tinjauan Pustaka

Terdapat banyak kajian literatur baik itu buku, jurnal, dan skripsi yang membahas tentang 88rising. Namun penulis mencoba untuk mengambil beberapa kajian untuk dijadikan bahan rujukan dalam penelitian ini, diantaranya;

Jurnal yang berjudul “*Peran 88rising dalam Dalam Membantu Artis Asia Memasuki Dunia Musik Global: Studi Kekuatan Perusahaan Transnasional*”.

Penelitian ini akan membahas mengenai peran 88rising sebagai transnational corporation yang bergerak di bidang musik dimana 88rising merupakan independent music labels yang membawa artis-artis Asia untuk memasuki kancah dunia musik global. Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk memahami dan juga menjabarkan mengenai peran 88rising sebagai transnational corporation dalam membantu artis Asia memasuki kancah dunia musik global. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori diplomasi budaya dengan metode penelitian kualitatif. Pencarian data dilakukan dengan menggunakan observasi data sekunder yaitu yang bersumber dari buku, berita online, laporan serta artikel jurnal yang mendukung penelitian ini. Maka dari itu setelah melalui riset dan pembahasan yang penulis lakukan, ditemukan bahwa 88rising sebagai *transnational corporation* memiliki peran besar dalam membawa artis Asia memasuki kancah musik global. Hal ini merupakan suatu prestasi luar biasa mengingat 88rising merupakan *independent music labels* yang baru berdiri, dan juga bersaing dengan *record label* besar lainnya yang juga merupakan *transnational corporation*. Terdapat beberapa perbedaan dalam penelitian tersebut yang dimana penelitian tersebut melihat 88rising sebagai sebuah perusahaan transnasional dan perbedaan dalam penggunaan kerangka pemikiran. Penelitian menggunakan teori diplomasi budaya dan melihat 88rising sebagai sebuah bentuk pergerakan yang mengedepankan nilai budaya yang diangkat.

Yang kedua adalah sebuah jurnal dengan judul “*Exploring the Asian Cool in Hip-hop: A Comparative Analysis of Rich Brian's "Dat Stick," Higher Brothers'*

"Made in China," and Keith Ape's "IT G MA". Kajian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena *"Asian Cool"* dalam musik hip-hop melalui analisis perbandingan tiga lagu yang mencerminkan pengaruh budaya Asia, yaitu *"Dat Stick"* oleh Rich Brian, *"Made in China"* oleh Higher Brothers, dan *"IT G MA"* oleh Keith Ape. Dalam penelitian ini, kami akan menganalisis lirik, gaya musik, dan elemen budaya yang digunakan oleh ketiga seniman ini untuk menyampaikan identitas budaya mereka dalam konteks genre hip-hop global. Kami juga akan melihat bagaimana lagu-lagu ini mempengaruhi persepsi dan pengaruh budaya Asia di industri musik hip-hop. Walaupun memiliki kesamaan dalam cakupan yang digunakan untuk menganalisis, namun penulis akan meluaskan batasan, seperti melihat dari sisi konten, musik, produk audio visual, dan lain-lain.

Ketiga adalah jurnal yang berjudul *"Exploring '88rising' and Their YouTube Approach to Bridging Asian Culture with the West: A Literature Review"*. Kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran '88rising' dan pendekatan YouTube mereka dalam menggabungkan budaya Asia dengan budaya Barat. Fokus kajian ini adalah untuk menganalisis strategi, konten, dan dampak '88rising' dalam memperkenalkan dan mempromosikan budaya Asia di tingkat global melalui platform YouTube. Kajian ini juga akan membahas bagaimana '88rising' memanfaatkan kekuatan digital dan kolaborasi dengan seniman-seniman Asia untuk menciptakan narasi baru yang menggabungkan elemen budaya Asia dengan pengaruh Barat. Ini adalah sebuah jurnal yang menjadi acuan penting bagi penelitian ini, namun penulis akan melihat paradigma ini dalam sudut pandang hubungan internasional.

Berdasarkan Tiga penelitian yang telah dijabarkan tentang fokus pada peran 88rising dalam industri musik global, fenomena "*Asian Cool*", dan strategi 88rising menggabungkan budaya Asia dan Barat. Akan tetapi belum ada yang secara spesifik membahas dalam konteks hubungan internasional dengan menggunakan teori diplomasi budaya. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam memahami 88rising sebagai aktor dalam promosi budaya.

1.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini didasari pada teori Diplomasi Budaya. Dimana menurut Cynthia P. Schneider (2003), Diplomasi Budaya adalah sebuah alat komunikasi lintas budaya yang mencakup pertukaran seni atau budaya, ide, informasi, dan nilai-nilai yang mendasari suatu masyarakat, dengan tujuan untuk menciptakan rasa saling pengertian diantara bangsa-bangsa. Dengan penggunaan dari teori ini, negara atau organisasi dapat menjembatani perbedaan dan membangun hubungan yang lebih harmonis, memperkuat pemahaman global, dan mengurangi masalah representasi.

Teori ini mencakup beberapa elemen, seperti *Catering to the Local Market* yaitu konsep dalam diplomasi budaya di mana program atau inisiatif budaya dirancang secara khusus untuk menyesuaikan dengan nilai, minat, dan karakteristik audiens lokal. Ini mencerminkan pendekatan yang lebih strategis dalam diplomasi budaya, di mana entitas yang ingin memasuki pasar baru sering kali bekerja sama dengan mitra lokal yang lebih paham tentang dinamika, kebutuhan, dan preferensi unik dari pasar tersebut, sehingga mereka dapat

membantu entitas asing untuk menyesuaikan produk, layanan, dan pendekatan pemasaran mereka agar lebih sesuai dengan selera dan harapan konsumen lokal (Schneiders 2003).

Selanjutnya ***Cultural Connection*** adalah elemen diplomasi budaya yang berfokus pada pemanfaatan tradisi dan budaya suatu masyarakat untuk membangun jembatan antarbangsa, yang pada akhirnya menciptakan kesadaran global. Melalui cultural connection, elemen-elemen budaya seperti seni, musik, tarian, bahasa, dan adat istiadat digunakan sebagai media untuk mengenalkan dan menghubungkan masyarakat dari berbagai latar belakang budaya (Schneiders 2003).

Leveraging Opportunities dalam diplomasi budaya merujuk pada pemanfaatan peluang yang dalam berbagai sektor untuk memperkuat penyebaran budaya dan pesan diplomatik ke seluruh dunia. Di era digital ini, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam dengan cepat dan efisien. Melalui platform seperti Twitter, Instagram, Facebook, dan YouTube, suatu negara atau organisasi dapat menyebarkan elemen-elemen budaya seperti musik, film, seni, dan tradisi lokal ke seluruh dunia dengan hanya beberapa klik (Schneiders 2003).

Terakhir yaitu ***Opening Doors***, dalam diplomasi budaya menggambarkan upaya untuk membuka jalur komunikasi dan interaksi antara berbagai budaya dengan tujuan membangun keterbukaan, solidaritas, dan kebersamaan. Melalui diplomasi budaya, negara-negara dan masyarakat dapat memperkenalkan nilai-nilai, tradisi, dan identitas mereka kepada dunia, yang berfungsi sebagai undangan untuk dialog dan kolaborasi antar budaya (Schneiders 2003).

Pengaplikasian teori diplomasi budaya oleh 88rising dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat diwujudkan melalui empat elemen utama yang saling melengkapi. yaitu, melalui strategi *Catering to the Local Market*, 88rising menjalin kemitraan strategis dengan perusahaan-perusahaan besar seperti 12 Tone Music, Marvel, dan GUESS, sehingga memungkinkan penyesuaian antara integrasi budaya Asia dengan tren lokal. Selanjutnya *Cultural Connection* sebagai jembatan budaya Asia dan Amerika melalui musik, festival, dan media, yang memperkuat kesadaran dan apresiasi terhadap budaya Asia serta mempererat ikatan antarbudaya.

Leveraging Opportunities, 88rising memanfaatkan media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menyebarkan konten secara luas, menciptakan tren, dan membangun komunitas penggemar global, menjadikan media sosial sebagai alat penting dalam diplomasi budaya. Akhirnya, melalui *Opening Doors*, 88rising menciptakan keterbukaan dan solidaritas antara budaya Asia dan Amerika dengan platform seperti festival *Head in the Clouds*, yang tidak hanya memperkenalkan budaya Asia kepada audiens Amerika tetapi juga memperdalam hubungan antar budaya secara bermakna.

1.7 Argumen Sementara

Upaya 88rising dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat memiliki dampak yang signifikan dalam membangun pemahaman yang lebih inklusif dan mendalam tentang budaya Asia, serta dalam membentuk hubungan antarbudaya yang lebih erat di tengah masyarakat yang semakin global. Melalui pendekatan yang terintegrasi dengan media sosial dan platform digital, 88rising

telah berhasil menciptakan lingkungan di mana budaya Asia tidak hanya dilihat sebagai sesuatu yang eksklusif untuk komunitas Asia, tetapi juga sebagai ekspresi yang menarik dan relevan bagi masyarakat yang lebih luas. Upaya 88rising dalam menghadirkan beragam seniman, musik, dan tren budaya Asia menciptakan kesempatan bagi individu di Amerika Serikat untuk terlibat dalam pengalaman budaya yang berbeda dan merangsang dialog antarbudaya. Dengan membawa perwakilan budaya Asia yang beragam, 88rising membuka pintu bagi diskusi tentang identitas, keberagaman, dan pemahaman mendalam tentang budaya-budaya tersebut. Melalui platform ini, 88rising juga memungkinkan individu dari latar belakang yang berbeda untuk mengenali persamaan dan perbedaan mereka, dan akhirnya, untuk membentuk ikatan budaya yang lebih kuat.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis analisis konten. Dalam hal ini, peneliti akan menganalisis konten media yang diproduksi oleh 88rising, seperti video musik, wawancara, dan konten digital lainnya, yang bertujuan untuk mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat.

1.8.2 Subjek dan Objek Penelitian

penelitian ini akan menganalisis konten media yang diproduksi oleh 88rising sebagai objek penelitian untuk memahami cara mereka mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat. sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah

88rising yang melakukan tindakan atau upaya dalam mempromosikan budaya Asia,

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode pengumpulan data sekunder dengan melibatkan penggunaan sumber data yang sudah ada. Data sekunder ini mencakup konten media yang diproduksi oleh 88rising, seperti video musik, cuplikan konser, dan konten digital lainnya yang berhubungan dengan upaya mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat.

1.8.4 Proses Penelitian

Proses penelitian ini dimulai dengan pengumpulan data sekunder melalui analisis konten media yang diproduksi oleh 88rising. Selanjutnya, peneliti mengidentifikasi sesuai topik penelitian. Kemudian data akan dianalisis dan dipaparkan dalam bab-bab yang telah ditentukan. Terakhir, penulis akan menarik kesimpulan dari apa yang sudah dibahas sebelumnya.

1.9 Sistematika Pembahasan

penelitian ini akan diuraikan secara sistematis kedalam empat bab utama, yaitu.

- BAB 1 akan menjelaskan mengenai Latar Belakang penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Cakupan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran, Argumen Sementara, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Bahasan
- BAB 2 akan menjelaskan mengenai masalah representasi budaya asia, serta profil 88rising beserta para artisnya

- BAB 3 akan membahas hasil analisis upaya rising dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat dan mengaitkannya dengan teori Diplomasi Budaya.
- BAB 4 berisi kesimpulan dan rekomendasi penelitian berikutnya

BAB 2

REPRESENTASI BUDAYA ASIA DI MEDIA POPULER AMERIKA

SERIKAT DAN LAHIRNYA 88rising

Industri musik global telah mengalami perubahan cepat dalam beberapa dekade terakhir, dengan berbagai genre dan budaya musik dari seluruh dunia yang semakin menonjol. Di tengah lanskap yang dinamis ini, 88rising, sebuah kolektif media dan label rekaman berbasis di New York City, memainkan peran penting dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat. Sejak didirikan pada tahun 2015, 88rising awalnya berfungsi sebagai platform online sederhana untuk mempromosikan musik hip-hop Asia. Seiring waktu, mereka berkembang menjadi kolektif media dan label rekaman yang dinamis, mengontrak berbagai seniman Asia berbakat yang mewakili berbagai genre musik dan gaya artistik. Melalui strategi inovatif dan penggunaan platform media yang kuat, 88rising telah berhasil mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat. Mereka memperkenalkan musik Asia kepada audiens yang lebih luas, menantang stereotip dan persepsi keliru tentang budaya Asia, serta menginspirasi generasi baru seniman dan aktivis Asia untuk mengekspresikan diri mereka secara otentik dan mencapai potensi penuh mereka (Dao and Moran 2019).

2.1. Representasi Budaya Asia dalam Media Populer di Amerika Serikat

Komunitas Asia di Amerika Serikat telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan bangsa ini. Sejak awal mula hubungan antar benua

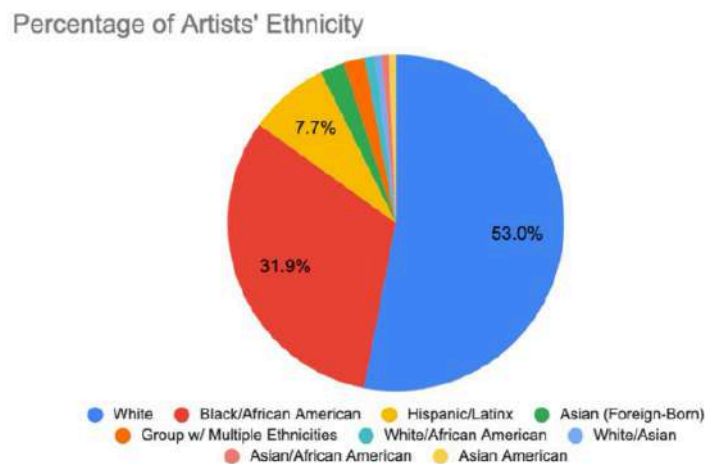
melalui jalur perdagangan maritim, imigran Asia telah memainkan peran penting dalam membangun infrastruktur, mendorong ekonomi, dan memperkaya budaya Amerika. Namun, dibalik kontribusi tersebut, komunitas Asia masih terus menghadapi berbagai tantangan. Stereotip berbahaya yang melekat, diskriminasi rasial yang persisten, dan kurangnya representasi dalam berbagai bidang menjadi batu sandungan bagi mereka untuk mencapai kesetaraan dan inklusi penuh (Hirschman 2022).

Masalah tersebut ditambah oleh Kurangnya sarana dan prasarana untuk merepresentasi budaya yang beragam dan inklusif untuk tokoh Asia dalam film, musik, dan televisi. yang dimana merupakan salah satu aspek utama dari masalah stereotip dan representasi yang buruk yang dihadapi komunitas Asia. Hal ini memiliki dampak negatif yang signifikan bagi masyarakat Asia dan non-Asia. Kurangnya representasi yang beragam berarti bahwa hanya sebagian kecil dari pengalaman dan perspektif Asia yang ditampilkan di media. Hal ini dapat menyebabkan pemahaman yang sempit dan tidak akurat tentang budaya Asia, serta memperkuat stereotip yang sudah ada (Ruiz, Noe, and Shah 2023).

Dalam media populer di Amerika Serikat, seperti film. Representasi Asia dinilai masih sangat kurang. Menurut laporan dari USC Annenberg, dijelaskan bahwa dalam 1.300 film terlaris dari tahun 2007 hingga 2019, dan dari 51.159 karakter yang berbicara dalam 1.300 film tersebut, yaitu hanya 3.034 aktor dan aktris berasal Asia. Persentase ini tidak berubah secara signifikan setiap tahunnya dan masih di bawah 7,1% dari populasi di Amerika Serikat (Yuen et al. 2021).

Hal serupa juga dapat dilihat pada industri musik di Amerika Serikat. berdasarkan hasil laporan penelitian mengenai kurangnya representasi Asia-Amerika di musik populer Amerika Serikat yang diterbitkan oleh Pace University. menjelaskan bahwa hasil analisis dari para musisi yang dikategorikan kedalam genre artis paling populer. Menunjukkan bahwa 53,02% dari artis adalah berkulit putih, 31,88% berkulit hitam/Afrika-Amerika, 7,72% Hispanik/Latin, 2,35% orang Asia kelahiran asing, 2,01% kelompok dengan beberapa etnisitas, 1,01% berkulit putih/Afrika-Amerika, 0,67% Asia-Amerika, 0,67% Asia/Afrika-Amerika, dan 0,67% berkulit putih/Asia. Berdasarkan data populasi Amerika Serikat, orang berkulit putih non-Hispanik/Latin membentuk 60,4%, Hispanik/Latin 18,3%, berkulit hitam/Afrika-Amerika 13,4%, dan Asia 6% (Noriega 2020).

Diagram 1. Persentase Artis berdasarkan Etnis

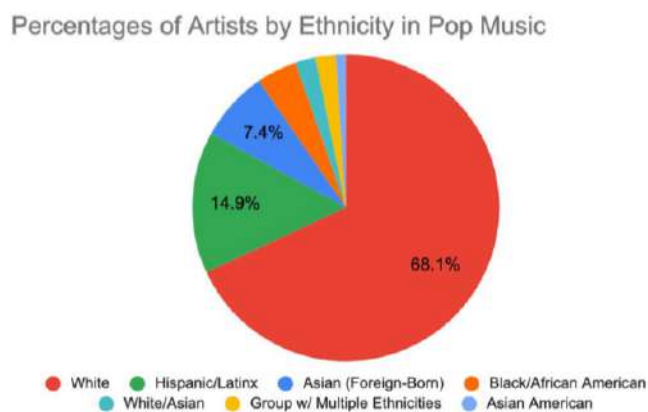


Sumber: Noriega 2020

Serta perbandingan antara data populasi dan artis yang baru-baru ini menandatangani kontrak, menunjukkan kesesuaian pada 53,02% artis baru yang

berkulit putih, mencerminkan 60,4% populasi yang berkulit putih non-Hispanik/Latin. Namun, terdapat ketidakcocokan di mana 18,3% populasi adalah Hispanik/Latin tetapi hanya 7,72% artis baru yang termasuk dalam kategori tersebut, dan 6% populasi adalah Asia tetapi hanya 0,67% artis baru yang Asia-Amerika (Noriega 2020).

Diagram 2. Persentase Artis berdasarkan Etnis di Musik Pop



Sumber: Noriega 2020)

Analisis lebih lanjut mengenai distribusi etnisitas dalam musik Pop mengungkapkan bahwa 68,09% artis adalah berkulit putih, 14,89% Hispanik/Latin, 7,45% orang Asia kelahiran asing, 4,26% berkulit hitam/Afrika-Amerika, 2,13% berkulit putih/Asia, 2,13% kelompok dengan beberapa etnisitas, dan 1,06% Asia-Amerika. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar artis Asia baru dalam genre musik Pop adalah orang Asia kelahiran asing, terutama grup K-Pop, dengan persentase 7,45% dibandingkan dengan 1,06% Asia-Amerika. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa artis Asia paling terwakili dalam genre Pop dibandingkan dengan genre lainnya menurut data artis baru (Noriega 2020).

pengabaian budaya Asia dalam media mainstream menunjukkan kurangnya representasi yang adil dan akurat. Kisah-kisah dan karakter Asia sering kali tidak ditampilkan, atau jika ditampilkan, mereka digambarkan dengan cara yang stereotip dan tidak realistis. Hal ini dapat memperkuat prasangka dan diskriminasi terhadap orang Asia, karena masyarakat hanya melihat satu sisi dari budaya mereka (Lainsyampatty 2021).

Stereotip dan representasi yang buruk terhadap karakter Asia dalam film, musik, dan televisi merupakan masalah yang terus berlanjut. Hal ini seringkali berakibat pada konsekuensi negatif bagi masyarakat Asia, baik di dalam maupun luar komunitas. Salah satu stereotip yang umum adalah "*the model minority*". Stereotip ini menggambarkan orang Asia sebagai kelompok yang selalu sukses secara akademis dan profesional, dan tidak pernah mengalami kesulitan. Meskipun stereotip ini mungkin tampak positif pada awalnya, namun hal ini dapat berakibat pada ekspektasi yang tidak realistis terhadap orang Asia dan dapat menutupi masalah diskriminasi dan rasisme yang mereka hadapi (Yen 2000). Stereotip lain yang sering digambarkan adalah bahwa karakter Asia digambarkan sebagai orang yang tertindas dan penurut. Hal ini dapat dilihat dalam film-film Hollywood di mana karakter Asia seringkali digambarkan sebagai penurut yang patuh dan tidak berani menyuarakan pendapat mereka. Stereotip ini dapat memperkuat gagasan bahwa orang Asia tidak memiliki kemampuan untuk menjadi pemimpin atau mengambil tindakan tegas.

Kurangnya inklusivitas berarti bahwa karakter Asia seringkali tidak diberi kesempatan untuk berkembang dan dipelajari sebagai individu yang kompleks.

Mereka seringkali digambarkan sebagai karakter sampingan atau dua dimensi, tanpa cerita atau motivasi yang mendalam dan dapat membuat penonton sulit untuk berhubungan dengan karakter ini dan memahami pengalaman mereka. Contohnya seperti, Masi Oka yang berperan sebagai pengisi suara karakter Kimura dalam film *Spies in Disguise*, dimana Kimura ini merupakan karakter pembantu dari penjahat utama di film tersebut (Yuen et al. 2021).

contoh lainnya adalah penghinaan yang kerap muncul dalam film-film populer. Kumail Nanjiani "Stu" dalam film *Stuber* mendapat ulasan satu bintang dari seorang penumpang Uber yang mengatakan "*Saya pikir orang-orang ini pandai dalam layanan pelanggan,*" yang memperkuat stereotip yang mengatakan bahwa orang Asia itu jinak dan suka menghamba. Akibat dari kurangnya representasi yang beragam dan inklusif ini dapat dirasakan oleh masyarakat Asia dan non-Asia. Bagi orang Asia, hal ini dapat menyebabkan perasaan tidak terlihat, tidak dihargai, dan bahkan dibenci. Bagi orang non-Asia, hal ini dapat menyebabkan pemahaman yang salah tentang budaya Asia dan memperkuat prasangka yang sudah ada (Santos 2021).

Minimnya kontribusi budaya Asia dalam media populer, seperti film, musik, dan televisi, merupakan masalah yang kompleks dengan berbagai aspek. Hal ini memiliki dampak negatif bagi masyarakat Asia dan non-Asia, dan penting untuk mengambil langkah-langkah untuk mengatasinya. Salah satu aspek utama dari masalah ini adalah sedikitnya produksi film, musik, atau program TV yang secara eksplisit mengeksplorasi atau merayakan budaya Asia. Hal ini berarti bahwa cerita dan perspektif Asia kurang terwakili dalam media, yang dapat

menyebabkan pemahaman yang sempit dan tidak akurat tentang budaya Asia (Santos 2021).

Selain itu, kurangnya representasi ini dapat membuat sulit bagi orang Asia untuk melihat diri mereka sendiri dan pengalaman mereka di layar. Aspek lain dari masalah ini adalah kurangnya kesempatan bagi seniman dan kreator Asia untuk terlibat dalam industri hiburan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti bias dalam proses casting dan pendanaan, serta kurangnya akses ke jaringan dan sumber daya. Akibatnya, seniman dan kreator Asia mungkin tidak memiliki kesempatan untuk membagikan cerita mereka dan mempresentasikan budaya mereka kepada khalayak yang lebih luas.

Di Sisi lainnya. Kurangnya representasi Asia di Amerika Serikat memiliki berbagai dampak signifikan yang mencakup aspek sosial, budaya, ekonomi, psikologis, dan politik. Secara sosial, kurangnya keterlibatan dan pengakuan terhadap komunitas Asia dapat menyebabkan perasaan keterasingan dan pengucilan, serta memperkuat stereotip dan diskriminasi yang sudah ada. Dari segi budaya, representasi yang terbatas dalam media dan hiburan mengurangi diversitas budaya yang disajikan kepada publik, menghambat pemahaman dan penghargaan terhadap kekayaan budaya Asia, serta mempengaruhi rasa percaya diri dan aspirasi generasi muda Asia-Amerika (Wong 2020).

Dampak ekonomi terlihat dalam bentuk peluang karir yang terbatas bagi individu Asia di berbagai industri, yang pada gilirannya mengurangi keberagaman dalam tempat kerja dan potensi inovasi. Pasar yang tidak terlayani dengan baik juga merupakan akibat dari kurangnya representasi, yang bisa mengakibatkan

kehilangan peluang bisnis yang signifikan. Dari sudut pandang psikologis, kurangnya representasi positif dapat berdampak negatif pada kesehatan mental, dengan meningkatkan risiko stres, kecemasan, dan depresi akibat perasaan tidak dihargai dan kurangnya panutan. Terakhir, dalam ranah politik, kurangnya representasi mengurangi pengaruh politik komunitas Asia dan perhatian terhadap isu-isu penting yang mempengaruhi mereka, seperti imigrasi dan keadilan rasial. Keseluruhan dampak ini menunjukkan pentingnya upaya untuk meningkatkan representasi Asia guna menciptakan masyarakat yang lebih inklusif, adil, dan beragam (Watanabe and Jang 2022).

2.2. Sejarah dan Profil 88rising

berdasarkan pada permasalahan tentang minimnya representasi budaya Asia di media populer Amerika Serikat. Kemudian pada tahun 2015, dua pengusaha muda, Sean Miyashiro dan Brian Lee, mendirikan 88rising di New York City. Terinspirasi oleh bakat luar biasa para seniman Asia, di tengah lanskap musik global yang didominasi oleh budaya Barat. Mereka melihat celah yang signifikan dalam industri musik dan kurangnya representasi serta pengakuan seniman Asia di kancah global. Didorong oleh semangat untuk mempromosikan budaya Asia dan memberdayakan para senimannya, Miyashiro dan Lee mendirikan 88rising dengan misi ambisius untuk mengubah lanskap budaya Asia di dunia. Pendirian 88rising menandai awal dari perjalanan yang inovatif dan berpengaruh dalam sejarah budaya Asia. Berawal dari platform online sederhana, 88rising dengan cepat berkembang menjadi kolektif media dan label rekaman yang dinamis, menandatangani kontrak dengan berbagai seniman Asia berbakat

seperti Rich Brian, Joji, Higher Brothers, NIKI, Stephanie Poetri, Day6, dan Keshi (dao et al. 2019).

Keberhasilan 88rising dapat dikaitkan dengan beberapa faktor kunci. Pertama, mereka memanfaatkan kekuatan media digital untuk menjangkau audiens global yang luas, membangun platform online yang kuat dan memanfaatkan saluran media sosial untuk mempromosikan musik dan budaya Asia. Kedua, mereka menunjukkan visi yang tajam untuk menandatangani dan mengembangkan seniman Asia yang beragam, merangkul berbagai genre musik dan gaya artistik. Ketiga, mereka melampaui batas musik, menyelenggarakan festival musik *Head In The Clouds* yang ikonik dan merilis film dokumenter "*Asia Rising: The Next Generation of Hip Hop*" untuk menceritakan kisah mereka dan dampaknya terhadap budaya Asia (Wong 2020).

Meskipun 88rising telah dipuji atas kontribusinya yang signifikan dalam mempopulerkan musik dan budaya Asia, mereka juga menghadapi kritik yang berkaitan dengan representasi budaya. Penting untuk mempertimbangkan berbagai perspektif dan sudut pandang saat menilai dampak 88rising pada lanskap budaya Asia yang kompleks dan dinamis.

2.2.1. Profil Artis dan Karya

88rising adalah label rekaman dan perusahaan media yang berperan sebagai platform bagi artis Asia berbakat, dengan tujuan mempromosikan keberagaman budaya melalui musik dan seni. Salah satu artis utama 88rising adalah Joji, seorang penyanyi dan produser musik keturunan Jepang yang memulai karirnya sebagai komedian YouTube sebelum beralih ke musik dengan gaya unik yang menggabungkan elemen lo-fi, R&B, dan trip-hop.

Album-albumnya seperti "*BALLADS I*" dan "*Nectar*" telah memperkuat posisinya sebagai musisi berpengaruh dalam genrenya (Kelley 2017).

Brian Imanuel Soewarno, dikenal dengan nama panggung Rich Brian (sebelumnya Rich Chigga), lahir di Jakarta, Indonesia pada tanggal 3 September 1999. Ia adalah seorang rapper, penulis lagu, dan produser rekaman yang terkenal dengan musiknya yang memadukan elemen hip-hop, R&B, dan elektronik. Karir musik Rich Brian dimulai pada platform media sosial SoundCloud pada tahun 2016. Lagu pertamanya yang berjudul "*Dat \$tick*" menjadi viral di internet dan mengantarkannya ke kancah musik internasional. Popularitasnya semakin meningkat dengan perilisan lagu-lagu lain seperti "*Ameen*" dan "*Bali*". Musik Rich Brian sering digambarkan sebagai perpaduan unik antara hip-hop modern, R&B, dan elektronik. Ia dikenal dengan liriknya yang cerdas dan humoris, serta flow rapnya yang santai dan catchy. Rich Brian tidak ragu untuk memasukkan pengaruh budaya Indonesia dalam musiknya. Hal ini terlihat dari penggunaan bahasa Indonesia dalam beberapa liriknya, serta penggabungan elemen musik tradisional Indonesia seperti gamelan dan suling bambu dalam beberapa karyanya (Lamarre 2018).

NIKI, penyanyi dan penulis lagu asal Indonesia, merupakan salah satu talenta muda yang bersinar di bawah naungan label rekaman 88rising. Lahir dengan nama Nicole Zefanya, NIKI dikenal dengan suaranya yang khas, kemampuan menulis lagu yang luar biasa, dan gayanya yang memadukan R&B, pop, dan elemen-elemen eksperimental. Perjalanan NIKI di 88rising dimulai dengan perilisan single "*Story*" pada tahun 2017. Sejak saat itu, ia telah merilis album studio debutnya "*Moonchild*" (2020) dan beberapa single hits seperti

"Lowkey", "Every Summertime", dan "La La Lost You". Lagu-lagunya telah mendapat sambutan hangat dari penggemar musik di seluruh dunia, mengantarkannya pada berbagai pencapaian gemilang seperti tampil di festival musik Coachella dan Head in the Clouds. Kemampuan NIKI dalam menggabungkan berbagai genre musik dengan mulus menjadi salah satu daya tarik utama. Ia tidak ragu untuk bereksperimen dengan suara dan gayanya, menghasilkan karya yang unik dan selalu dinantikan oleh para penggemarnya. NIKI juga dikenal dengan lirik lagunya yang menyentuh dan relatable, yang membuatnya mudah terhubung dengan pendengarnya (Harper and Havens 2022).

Kemudian ada Atarashii Gakkou sebuah grup vokal wanita beranggotakan 4 orang asal Jepang yaitu Mizyu, Suzuka, Kanon and Rin yang didirikan pada tahun 2015. Mereka terkenal dengan perpaduan unik antara musik pop, rock, dan elektronik, serta persona mereka yang energik dan penuh warna. Atarashii Gakkou memulai debut mereka di Jepang pada tahun 2017 dengan single "*Dokubana*". Sejak saat itu, mereka telah merilis beberapa album studio dan single yang sukses, seperti "*Jinsei wa Subarashii*", "*Matsuri*", dan "*Otona Blue*". Musik Atarashii Gakkou sering digambarkan sebagai perpaduan unik antara pop, rock, dan elektronik. Mereka sering menggunakan melodi yang catchy dan beat elektronik yang kuat (Moran and Campbell 2021).

Selain itu 88rising juga beberapa artis seperti Higher Brothers, grup hip-hop asal Chengdu, Tiongkok, yang terdiri dari empat anggota yaitu MaSiWei, DZknow, Psy.P, dan Melo. Mereka dikenal karena kemampuan mereka menggabungkan bahasa Mandarin dan dialek Sichuan dengan gaya rap yang

energik dan lirik yang mencerminkan pengalaman hidup di Tiongkok modern. Grup ini mendapatkan perhatian internasional melalui lagu-lagu seperti "*Made in China*" dan "*WeChat*," yang viral di platform media sosial dan menarik perhatian audiens global. Musik mereka sering kali menggabungkan elemen budaya Tiongkok dengan beat hip-hop modern, menciptakan suara yang unik dan menarik. Higher Brothers telah berkolaborasi dengan berbagai artis internasional, memperluas pengaruh mereka di luar Asia dan memperkuat posisi mereka sebagai pionir dalam genre hip-hop Asia (Teixeira 2018). Serta Keith Ape, nama panggung dari Dong Heon Lee, adalah rapper asal Korea Selatan yang juga menjadi figur penting dalam kancah hip-hop Asia. Ia mendapatkan pengakuan internasional melalui lagunya "*It G Ma*," yang dirilis pada tahun 2015 dan menjadi hit besar. Lagu ini menggabungkan lirik dalam bahasa Korea dan Jepang dengan beat trap yang keras, menarik perhatian dari komunitas hip-hop global. Keith Ape dikenal karena gaya rap yang agresif dan penampilannya yang eksentrik, sering kali mencerminkan budaya streetwear dan estetika visual yang kuat. Kesuksesan "*It G Ma*" membuka pintu bagi Keith Ape untuk berkolaborasi dengan artis-artis hip-hop terkenal seperti Waka Flocka Flame dan A\$AP Ferg, memperkuat posisinya di industri musik internasional. Sebagai bagian dari 88rising, Keith Ape terus mempengaruhi dan memperluas jangkauan hip-hop Asia di pasar global (Kim 2018).

Keberagaman artis di 88rising menunjukkan komitmen label untuk mempromosikan berbagai genre musik Asia dan melampaui batas genre tradisional. Dengan deretan musisi yang berbakat dan inovatif ini, 88rising terus memainkan peran penting dalam membawa budaya Asia ke panggung musik

global, mendobrak stereotip dan membuka jalan bagi generasi baru musisi Asia untuk mencapai kesuksesan internasional.

BAB 3

ANALISIS UPAYA *88*rising DALAM MEMPROMOSIKAN BUDAYA ASIA DI AMERIKA SERIKAT TAHUN 2018-2023

Bab ini membahas bagaimana teori *Cultural Diplomacy* dapat menjelaskan upaya *88*rising mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat. Diplomasi budaya, secara tepat digambarkan oleh Schneider (2003) adalah sebagai sebuah "pertukaran ide, informasi, seni, dan aspek-aspek budaya lainnya di antara bangsa-bangsa dan masyarakatnya untuk menumbuhkan rasa saling pengertian", dimana diplomasi budaya sebagai alat komunikasi lintas budaya yang bertujuan untuk menciptakan rasa saling pengertian diantara bangsa-bangsa. Namun, diplomasi budaya tidak hanya mencakup pertukaran seni atau budaya, tetapi juga mencakup penyesuaian terhadap pasar lokal, pemanfaatan peluang sebagai sebuah strategi dan taktik berbagi ide, serta nilai-nilai yang mendasari suatu masyarakat.

3.1. Catering to the Local Market

Catering to the local market adalah upaya dari diplomasi budaya yang melibatkan penyesuaian dengan pasar lokal, di mana entitas yang ingin memasuki pasar baru sering kali bekerja sama dengan mitra lokal. Mitra lokal ini memiliki pemahaman mendalam tentang dinamika, kebutuhan, dan preferensi unik dari pasar tersebut, sehingga mereka dapat membantu entitas asing untuk menyesuaikan produk, layanan, dan pendekatan pemasaran mereka agar lebih sesuai dengan selera dan harapan konsumen lokal. Langkah ini tidak hanya memperbesar peluang kesuksesan di pasar baru, tetapi juga membangun kepercayaan dengan konsumen lokal, karena mereka merasa kebutuhan dan

keinginan mereka dipahami dan dihargai. Dengan demikian, sebuah entitas dapat lebih efektif dalam mengatasi tantangan budaya, peraturan, dan persaingan lokal, yang pada akhirnya memungkinkan mereka untuk meraih pangsa pasar yang lebih besar dan menjaga sebuah tujuan di lingkungan yang baru (Schneiders 2003).

88rising, sebagai platform musik dan media yang mempromosikan talenta Asia, memahami pentingnya menyesuaikan pendekatan mereka agar relevan dengan pasar lokal di Amerika Serikat. Dalam kerjasama ini, 88rising tidak hanya membawa budaya Asia ke hadapan audiens Amerika, tetapi juga mengintegrasikannya dengan elemen-elemen yang sudah akrab bagi pasar tersebut. Mereka bekerja sama dengan label-label besar seperti 12 Tone Music dan Columbia Records untuk mendistribusikan musik artis-artis mereka, memastikan bahwa karya mereka dapat diakses di pasar musik utama di seluruh dunia (WMG 2021). 88rising juga bekerjasama dengan perusahaan film Marvel dalam memproduksi *soundtrack* untuk film "*Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings*." Kolaborasi ini menonjolkan perpaduan antara musik dan budaya Asia yang khas dengan estetika dan cerita superhero Marvel. *Soundtrack* ini menampilkan berbagai artis dari 88rising, termasuk Rich Brian, NIKI, dan Warren Hue, yang berkontribusi dalam menciptakan musik yang mencerminkan tema dan nuansa film tersebut (Dinh 2021).

Kerjasama ini memperkuat kehadiran budaya Asia dalam industri hiburan global, memperlihatkan bagaimana elemen-elemen budaya Asia dapat diintegrasikan ke dalam proyek-proyek besar Hollywood. *Soundtrack* ini tidak hanya mendukung narasi film tetapi juga membawa suara-suara artis Asia ke audiens yang lebih luas, memberikan platform untuk menampilkan bakat dan

identitas budaya mereka (Dinh 2021). Selain itu, kemitraan dengan media besar seperti YouTube dan platform streaming musik seperti Spotify memungkinkan 88rising untuk memanfaatkan alat promosi yang kuat, memperluas audiens mereka melalui playlist yang dikurasi, video eksklusif, dan kampanye pemasaran digital.

Sponsor dari merek-merek terkenal juga memberikan dukungan finansial dan promosi, memperkuat eksposur merek 88rising di berbagai acara dan kampanye. Pada tahun 2021, NIKI, seorang artis di bawah naungan 88rising, berkolaborasi dengan merek fashion ternama GUESS dalam rangka mempromosikan albumnya yang berjudul "*Moonchild*." Kolaborasi ini mencakup peluncuran koleksi pakaian yang terinspirasi oleh estetika dan tema album "*Moonchild*." yang memadukan elemen-elemen visual yang menggambarkan perjalanan emosional dan narasi album tersebut (Salsabila 2020).

Kerjasama ini tidak hanya memperluas jangkauan promosi album NIKI tetapi juga menonjolkan bagaimana elemen budaya dan artistik dapat diintegrasikan ke dalam mode. GUESS, sebagai salah satu brand fashion global, memberikan platform yang lebih luas bagi NIKI untuk menjangkau audiens baru dan memperkuat citra mereknya. Kampanye ini menampilkan NIKI dalam berbagai pakaian dari koleksi tersebut, yang mencerminkan gaya pribadi dan visi artistiknya. Kerjasama ini juga mencerminkan bagaimana 88rising mendorong artis-artisnya untuk terlibat dalam kolaborasi lintas industri, memperluas pengaruh mereka di luar dunia musik dan memperkuat identitas budaya mereka melalui medium yang berbeda (Drohan 2021).

Dengan menggunakan jaringan distribusi yang luas, 88rising memastikan musik dan konten mereka dapat diakses secara global. Mereka mendistribusikan musik melalui platform streaming utama seperti Spotify, Apple Music, dan Amazon Music, yang memungkinkan pengguna di seluruh dunia untuk mendengarkan lagu-lagu artis mereka. Selain itu, video musik, dokumenter, dan konten kreatif lainnya didistribusikan melalui YouTube, di mana mereka memiliki saluran dengan jutaan pelanggan.

Selain itu, 88rising juga menunjukkan fleksibilitas dan kemampuan adaptasi dalam menyesuaikan strategi berdasarkan perubahan dalam lingkungan eksternal dan respon audiens. 88rising fokus pada diversitas dan inklusivitas untuk memastikan bahwa bakat dan kontribusi komunitas Asia diakui dan dihargai. Melalui platform media tradisional seperti majalah, surat kabar, dan televisi, pendiri dan artis 88rising sering muncul dalam wawancara dengan media-media besar seperti Rolling Stone, Billboard, dan The New York Times untuk membahas tantangan dan peluang bagi artis Asia di industri musik. Dalam wawancara ini, mereka berbicara tentang pentingnya diversitas dan inklusivitas serta bagaimana representasi yang positif dapat mengubah persepsi publik terhadap komunitas Asia (dao et al. 2019).

Pada tahun 2019, 88rising bekerjasama dengan *Indonesia Creative Incorporate* (ICNC), sebuah program yang diusung oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Bekraf) untuk mempromosikan kreasi kreatif Indonesia di pasar domestik dan internasional. Melalui program ini, 88rising menampilkan musisi-musisi baru dari Indonesia di panggung musik Amerika, memberikan mereka platform untuk menunjukkan bakat mereka. Empat penyanyi Indonesia

yang berhasil lolos seleksi kompetisi *Indonesia Creative Incorporate* (ICINC) menjalani pelatihan intensif selama satu bulan di Los Angeles, para penyanyi terpilih, yakni Amanta Artadhia Siregar (Arta) dari Jakarta, Devinta Trista Agustina (Devinta) dari Sidoarjo, Monica Eva Sancti (Moneva) dari Banten, dan Marcello Laksono (Cellosux) dari Jakarta, berhasil memproduksi satu single yang mereka tampilkan di panggung utama "*Head in The Clouds*". Inisiatif ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi para musisi muda Indonesia untuk menembus pasar internasional, tetapi juga memperkuat representasi budaya Indonesia di kancah global (Pratama, Wahyudi, and Rukmandana 2019).

88rising yang menonjol dalam menghubungkan seniman dari berbagai negara Asia melalui kolaborasi lintas budaya yang unik. Mereka telah memfasilitasi kolaborasi antara artis seperti Rich Brian dari Indonesia dengan Phum Viphurit dari Thailand, menciptakan lagu-lagu yang memadukan berbagai elemen budaya dan gaya musik. Joji, yang berdarah Jepang, juga berkolaborasi dengan musisi dari berbagai negara, termasuk Amerika Serikat dan Korea Selatan, yang terlihat dalam proyek-proyek seperti "*Head in the Clouds*" dan berbagai single populer. Kolaborasi semacam ini tidak hanya memperkaya karya musik, tetapi juga mempromosikan pemahaman dan penghargaan terhadap keberagaman budaya (Herrin 2020).

3.2. Cultural Connection

Cultural connection adalah konsep dalam diplomasi budaya yang berfokus pada pemanfaatan tradisi dan budaya suatu masyarakat untuk membangun jembatan antarbangsa, yang pada akhirnya menciptakan kesadaran global. Melalui

cultural connection, elemen-elemen budaya seperti seni, musik, tarian, bahasa, dan adat istiadat digunakan sebagai media untuk mengenalkan dan menghubungkan masyarakat dari berbagai latar belakang budaya. Ketika tradisi dan budaya suatu negara dibagikan dan dirayakan secara internasional, hal ini tidak hanya memperkenalkan keunikan dan kekayaan budaya tersebut, tetapi juga membuka dialog dan saling pengertian yang lebih dalam antarbangsa (Schneiders 2003).

Proses ini membantu individu dari berbagai budaya untuk menemukan persamaan dan perbedaan, yang pada akhirnya mengarah pada pemahaman bahwa semua budaya, meskipun berbeda, saling terkait dalam jalinan kemanusiaan yang lebih besar. Misalnya, pertunjukan tari tradisional yang dipentaskan di luar negeri tidak hanya memperlihatkan keindahan estetika dari budaya tersebut tetapi juga membawa pesan tentang nilai-nilai kemanusiaan yang universal.

3.2.1. Penggunaan Elemen Budaya

88rising secara aktif memperkenalkan identitas Asia dalam musik dengan menonjolkan elemen budaya Asia melalui lirik, gaya, dan visual dalam karya musik artis-artis mereka. Lirik lagu yang sering kali menggunakan bahasa Asia dan menceritakan kisah-kisah yang berkaitan dengan pengalaman hidup di Asia atau sebagai bagian dari diaspora Asia, membantu memperkaya narasi musik global dengan perspektif unik. Gaya musik dan aransemen audio yang dipadukan dengan elemen-elemen tradisional dan modern Asia menciptakan identitas yang kuat dan mudah dikenali. Mereka menggabungkan berbagai genre musik seperti

hip-hop, R&B, pop, dan elektronik dengan sentuhan instrumen tradisional Asia seperti *guzheng* dan *erhu*, menciptakan harmoni yang unik (Wong 2020).

Salah satu contohnya adalah Joji, yang dikenal dengan musiknya yang memadukan elemen R&B, lo-fi, dan elektronik. Karya-karyanya, meskipun didominasi pengaruh Barat, sesekali menampilkan sensibilitas musik Asia yang halus. Perpaduan unik ini menjadi ciri khas Joji dan membedakannya dari musisi lain. Penggunaan elemen R&B dalam musik Joji terlihat jelas pada melodinya yang catchy dan liriknya yang menyentuh tentang cinta, kehilangan, dan emosi personal lainnya. Sentuhan *lo-fi* memberikan nuansa hangat dan intim, sedangkan elemen elektronik menghadirkan sentuhan modern dan futuristik. Perpaduan ini menghasilkan *soundscape* yang *simple* dan mudah diingat (Zhang 2018).

Penggunaan lirik multibahasa, seringkali menggabungkan bahasa Inggris dengan bahasa asli seperti Mandarin, Jepang, atau Korea, memperkuat keberagaman budaya dan memperluas aksesibilitas bagi audiens global. Hal terdapat pada lirik lagu "*Made in China*" oleh Higher Brothers dan "*Tokyo Calling*" oleh ATARASHII GAKKOU! memperlihatkan penggunaan perpaduan bahasa yang memperkuat keberagaman budaya serta memperluas aksesibilitas bagi audiens global. Dalam "*Made in China*" Higher Brothers mencampur lirik dalam bahasa Mandarin dan Inggris, menciptakan jembatan budaya antara Timur dan Barat. Ini tidak hanya menonjolkan identitas budaya mereka tetapi juga membuat lagu tersebut lebih mudah diakses oleh pendengar internasional yang mungkin tidak berbahasa Mandarin. Lirik-lirik dalam bahasa Inggris membantu menarik audiens global, sementara bahasa Mandarin tetap menjaga akar budaya mereka (Teixeira 2018).

[Lirik Lagu Made in China]
My chains, new gold watch, made in China
We play ping pong ball, made in China
给 bitch 买点儿奢侈品 *made in China*
Yeah Higher Brothers' black cab, made in China
She said that she didn't love me (Yeah)
She said that she didn't love me (Yeah)
She said that she didn't love me (Yeah)
She lied, she lied
She all made in China
She all made in China
She all made in China
She lied, she lied

Demikian pula, "Tokyo Calling" oleh ATARASHII GAKKOU! menggabungkan bahasa Jepang dengan bahasa Inggris dalam liriknya. Penggunaan dua bahasa ini mencerminkan identitas ganda mereka dan menarik audiens dari berbagai latar belakang. Ini menunjukkan bagaimana mereka merangkul warisan budaya Jepang sambil tetap relevan di kancah musik internasional. Dengan menggunakan perpaduan bahasa dalam lirik mereka, Higher Brothers dan ATARASHII GAKKOU! tidak hanya memperlihatkan keberagaman budaya mereka tetapi juga menjadikan musik mereka lebih inklusif dan menarik bagi audiens global (Major 2023).

(Lirik Lagu Tokyo Calling)
Tokyo Calling
都市は *almost falling*
まるで悪夢で見た最悪の *story*
Tokyo Calling
都市は *almost falling*
希望の未来はるかかなたの *glory*
Tokyo Calling
Tokyo Calling
Tokyo Calling

Video musik yang diproduksi oleh 88rising sering menampilkan seni, mode, dan simbol budaya Asia, visual yang kuat dalam video musik dan penampilan mereka menonjolkan estetika Asia melalui kostum, tata panggung, dan efek visual yang khas. Tema-tema budaya yang diangkat dalam lirik dan video musik mereka mencerminkan identitas, pengalaman imigran, dan kehidupan sehari-hari di Asia, yang memberikan pandangan autentik tentang budaya Asia kepada penonton internasional, memperlihatkan keragaman dan kekayaan warisan budaya mereka kepada audiens internasional.



Gambar 1. Video Clip La La Lost You - NIKI

Hal tersebut dapat dilihat dari video Musik "*La La Lost You*" oleh NIKI adalah contoh yang jelas bagaimana 88rising menampilkan elemen budaya Asia dalam karya mereka. Dalam video ini, NIKI menampilkan berbagai elemen budaya Asia, salah satunya adalah adegan di mana dia memakan mie cup dengan merek yang berasal dari Indonesia, yang menonjolkan sentuhan autentik dari budaya asalnya. Selain itu, video ini juga menampilkan mode tradisional dan modern, memperlihatkan perpaduan antara warisan budaya dan tren kontemporer. Latar belakang video menggambarkan kisah cinta dengan visual yang

memperkaya cerita dengan kekayaan budaya Asia, seperti penggunaan elemen-elemen arsitektur dan lingkungan yang khas.



Gambar 2. Cuplikan Video Klip California - Rich Brian

Video klip "*California*" oleh Rich Brian adalah contoh lain dari bagaimana 88rising menggabungkan elemen-elemen budaya Asia dengan nuansa Amerika, menciptakan visual yang kaya dan menarik. Dalam video ini, Rich Brian tidak hanya menunjukkan kehidupannya di California tetapi juga memasukkan elemen-elemen budaya Asia yang kuat, seperti adegan bermain congklak dan berolahraga *tai chi*. Congklak, permainan tradisional yang populer di Indonesia dan beberapa negara Asia lainnya, serta *tai chi*, seni bela diri Tiongkok, menonjolkan kekayaan budaya Asia yang diintegrasikan ke dalam kehidupan sehari-hari di Amerika. Video ini menggambarkan bagaimana elemen budaya Asia dapat diselaraskan dengan latar belakang Amerika, menciptakan jembatan antara dua dunia yang berbeda. Pendekatan ini menunjukkan identitas budaya yang kompleks dari para artis 88rising, yang seringkali merupakan hasil dari pengalaman hidup di dua budaya yang berbeda.

Kolaborasi dengan artis dari berbagai negara Asia juga memperlihatkan keragaman budaya benua tersebut, memperkaya musik dan memperkenalkan

elemen budaya yang berbeda kepada penggemar. Meskipun menghormati elemen tradisional, 88rising juga mengadopsi estetika modern dan futuristik, terlihat dari penggunaan teknologi canggih dan gaya fashion kontemporer dalam produksi mereka. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kesadaran global tentang budaya Asia, tetapi juga merayakan dan memperkuat identitas Asia dalam konteks musik modern, memungkinkan artis-artis Asia untuk bangga menampilkan warisan budaya mereka di panggung dunia (dao et al. 2019).

3.3. Leveraging Opportunities

Leveraging Opportunities adalah pengoptimalan peluang untuk menyebarkan pengaruh budaya dan pesan diplomatik secara luas dan cepat. Dalam era globalisasi, media sosial menjadi platform utama yang memungkinkan informasi dan budaya menyebar lintas batas dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Negara, organisasi, atau individu dapat memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens global, memperkenalkan budaya, dan membangun narasi yang mendukung tujuan diplomatik atau kultural mereka (Schneiders 2003).

Melalui platform seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube, pesan budaya dapat diintegrasikan ke dalam konten yang mudah diakses dan dikonsumsi oleh berbagai lapisan masyarakat di seluruh dunia. Kampanye yang viral atau tren global yang dimuat di media sosial dapat menciptakan gelombang minat terhadap budaya tertentu, memperkuat pengaruhnya di panggung dunia. Misalnya, penggunaan *hashtag*, tantangan viral, atau konten yang menampilkan aspek

budaya tertentu dapat menarik perhatian jutaan orang dalam waktu singkat, membentuk persepsi global tentang budaya tersebut.

3.3.1. Pemanfaatan Media Sosial

88rising memanfaatkan kekuatan media sosial dan platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menjangkau audiens global. Mereka memproduksi berbagai jenis konten yang menarik dan mudah dibagikan, seperti video musik, vlog, dan cuplikan di balik layar, yang membantu meningkatkan visibilitas dan popularitas artis-artis mereka. Di YouTube, mereka merilis video musik dengan kualitas produksi tinggi yang sering kali menarik jutaan penonton. Selain itu, mereka menggunakan platform ini untuk mengunggah vlog yang menampilkan kehidupan sehari-hari artis, serta cuplikan di balik layar dari proses pembuatan musik dan video mereka. Konten semacam ini memberikan penggemar pandangan mendalam tentang artis favorit mereka, memperkuat keterikatan emosional dan loyalitas penggemar.

Instagram juga digunakan oleh 88rising untuk membagikan foto dan video singkat yang menyoroti momen-momen penting dan menarik dari kehidupan dan karir artis mereka. Melalui Instagram Stories dan IGTV, mereka dapat berbagi konten sementara dan video yang lebih panjang yang menjangkau audiens dengan cara yang berbeda. TikTok, dengan format video pendek yang cepat dan viral, digunakan untuk mempromosikan lagu-lagu baru melalui tantangan tarian, meme, dan tren lainnya. Ini membantu lagu-lagu mereka menjadi viral dan mencapai audiens yang lebih muda dan luas (Hu 2018).

Selain konten harian di media sosial, 88rising juga memproduksi berbagai jenis konten multimedia yang lebih mendalam dan terstruktur, seperti dokumenter,

mini-series, dan film pendek. Dokumenter yang mereka produksi seringkali menyoroti kisah-kisah pribadi artis mereka, menjelaskan perjalanan mereka dalam industri musik dan latar belakang budaya mereka. Ini tidak hanya memberikan konteks yang lebih kaya tentang artis, tetapi juga meningkatkan apresiasi terhadap warisan budaya Asia yang mereka bawa. Seperti yang dapat dilihat pada Dokumenter "*Asia Rising: The Next Generation of Hip Hop*" yang mengikuti perjalanan beberapa artis dari 88rising, seperti Rich Brian, Higher Brothers, dan Joji, menampilkan bagaimana mereka memulai karir mereka, tantangan yang dihadapi, dan pencapaian yang mereka raih di industri musik global.

Dokumenter ini menekankan pentingnya identitas budaya dalam musik artis-artis ini, sering kali menunjukkan bagaimana budaya Asia memengaruhi lirik, melodi, dan visual mereka. Selain menyoroti akar budaya mereka, dokumenter ini juga menunjukkan bagaimana artis-artis ini terinspirasi oleh dan mempengaruhi budaya hip hop global, menciptakan perpaduan yang unik. Dalam hal nilai-nilai sebagai orang Asia yang ditampilkan, artis-artis dalam dokumenter ini menunjukkan kebanggaan terhadap budaya mereka. Misalnya, Rich Brian sering berbicara tentang bagaimana kehidupan di Indonesia menginspirasi musiknya, sementara Higher Brothers menunjukkan pengaruh kehidupan di China dalam lirik dan gaya mereka (Lim 2019).

Dokumenter ini juga memperlihatkan perjalanan panjang dan kerja keras para artis untuk mencapai kesuksesan di industri musik yang sangat kompetitif, nilai-nilai yang sangat dihargai dalam banyak budaya Asia. Banyak artis dalam dokumenter ini juga menggabungkan elemen-elemen tradisional Asia dengan gaya hip hop modern, menunjukkan penghormatan mereka terhadap tradisi sambil

tetap berinovasi dan menciptakan sesuatu yang baru. Selain itu, dokumenter ini menyoroti bagaimana para artis saling mendukung dan bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, mencerminkan nilai-nilai kekeluargaan dan kerjasama yang kuat dalam banyak budaya Asia (Baltin 2019).

Kemudian *Mini-series* dan film pendek yang diproduksi oleh 88rising biasanya memiliki narasi yang kuat dan kualitas produksi yang tinggi, sering kali mendapatkan perhatian dari media internasional. Misalnya, mereka mungkin membuat seri tentang perjalanan artis mereka saat tur di negara-negara berbeda, menampilkan interaksi mereka dengan penggemar, dan tantangan serta keberhasilan yang mereka alami di sepanjang jalan. Film pendek dapat berfokus pada tema-tema spesifik seperti identitas budaya, tantangan sebagai diaspora Asia, atau kolaborasi kreatif di antara artis-artis mereka. Konten-konten ini tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik, memperkenalkan audiens global kepada kompleksitas dan keindahan budaya Asia.

3.3.2. Penggunaan Tren Media Sosial

88rising menjalankan kampanye media sosial yang terencana dengan baik untuk meluncurkan musik baru, mengumumkan tur, dan berinteraksi dengan penggemar. Mereka sering menggunakan berbagai strategi kreatif untuk memastikan kampanye mereka mencapai jangkauan yang luas guna memberikan dampak yang signifikan.

Salah satu taktik dan strategi yang digunakan oleh 88rising adalah menciptakan momentum guna meningkatkan reputasi para musisinya di luar komunitas Asia-Amerika melalui kolaborasi dan kegiatan publisitas bersama artis hip-hop terkenal lainnya. Misalnya, dengan membuat video kejutan dan prank

yang melibatkan Rich Brian dan Post Malone di YouTube, berhasil menarik perhatian luas dan menciptakan respon yang beragam di media sosial. Dengan memanfaatkan tren media sosial, 88rising memperluas jangkauan audiens dan memperkuat ikatan antara artis Asia dan pasar musik global (Saragih 2022).

taktik lainnya yang digunakan oleh 88rising adalah penggunaan tagar #88rising sering digunakan di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Twitter, dan YouTube untuk pendengar. Mereka juga memanfaatkan YouTube untuk merilis video musik mengumpulkan semua konten terkait dengan artis-artis dan aktivitas 88rising. Dengan menggunakan tagar ini, penggemar dapat dengan mudah menemukan dan mengikuti semua postingan terbaru dari 88rising dan para artisnya. Pencarian sederhana menggunakan #88rising di platform-platform ini akan menunjukkan ribuan postingan yang terkait dengan konten mereka. Sementara itu, tagar #HeadInTheClouds digunakan untuk mempromosikan festival musik tahunan 88rising, *Head In The Clouds*. Tagar ini membantu mengkonsolidasikan semua konten yang berkaitan dengan festival, termasuk pengumuman lineup, *behind-the-scenes*, dan momen-momen penting selama acara. Di Instagram dan Twitter, tagar #HeadInTheClouds digunakan oleh ribuan pengguna untuk berbagi pengalaman mereka tentang festival, sehingga memudahkan penggemar untuk mencari dan mengikuti semua perkembangan terkait festival tersebut (Pratama, Wahyudi, and Rukmandana 2019).

Selain itu, mereka menciptakan tantangan (*challenges*) di platform seperti TikTok dan Instagram, yang mendorong penggemar untuk membuat dan membagikan konten mereka sendiri, sehingga meningkatkan partisipasi dan visibilitas kampanye. Misalnya, tantangan #100DegreesChallenge dipopulerkan

oleh lagu "*100 Degrees*" dari Rich Brian, mengajak penggemar untuk membuat video tarian atau *lip-sync* menggunakan lagu tersebut dan membagikannya di TikTok. Tantangan ini dengan cepat menjadi viral, dengan ribuan pengguna berpartisipasi dan membuat versi kreatif mereka sendiri.

88rising juga meluncurkan *#WalkingChallenge* di Instagram dan TikTok untuk mempromosikan lagu "*Walking*" oleh Joji, mengajak penggemar untuk membagikan video mereka berjalan dengan latar belakang lagu tersebut. Tantangan ini mendapat respon positif dari penggemar, yang berpartisipasi dengan antusias dan membagikan konten kreatif mereka. Lagu "*Indigo*" oleh NIKI juga diikuti dengan tantangan di media sosial, *#IndigoChallenge*, di mana penggemar diminta untuk membuat video dengan konsep kreatif menggunakan lagu tersebut.

Tantangan-tantangan ini mendorong penggemar untuk berkreasi dan berbagi, yang pada gilirannya membantu memperluas jangkauan dan dampak dari konten mereka. Tagar-tagar terkait tantangan ini menunjukkan tingginya partisipasi dan penyebaran lagu-lagu tersebut, memperlihatkan bagaimana 88rising berhasil memanfaatkan kekuatan media sosial untuk meningkatkan interaksi penggemar dan visibilitas kampanye mereka (Afriani 2018).

88rising juga memperluas jangkauan dan pengaruhnya melalui kolaborasi dengan saluran YouTube lainnya, menciptakan konten yang melampaui sekadar kegiatan bermusik. Salah satu contohnya adalah kerja sama dengan saluran populer, First We Feast. Dalam episode tersebut, artis-artis 88rising, Joji dan Rich Brian, diminta untuk membantu host dalam membuat ayam goreng khas Indonesia. Selain memasak, mereka juga berbagi pengalaman pribadi dan cerita

tentang masakan dari daerah asal mereka, memberikan wawasan yang lebih dalam tentang budaya kuliner Indonesia (Connor and Schonberger 2018).

Kolaborasi ini tidak hanya menampilkan sisi lain dari artis-artis ini tetapi juga memperkenalkan budaya Asia kepada audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan popularitas saluran YouTube tersebut, 88rising berusaha untuk menarik perhatian dari penonton yang mungkin tidak familiar dengan musik atau budaya Asia. Ini merupakan salah satu strategi yang dinilai efektif dalam mempromosikan budaya Asia di luar komunitas Asia-Amerika dan membangun solidaritas global, sekaligus memperluas jaringan global 88rising melalui platform media sosial yang sangat berpengaruh (Connor and Schonberger 2018).

88rising memanfaatkan platform digital dan streaming seperti Spotify, Apple Music, dan YouTube untuk mendistribusikan musik dan konten mereka secara global. Melalui platform-platform ini, mereka dapat mencapai audiens yang jauh lebih luas dibandingkan dengan metode distribusi tradisional. Di Spotify dan Apple Music, 88rising bekerja untuk mendapatkan tempat di *playlist* populer dan mendapatkan fitur khusus yang dapat membantu meningkatkan jumlah, dokumenter, dan konten lain yang menarik perhatian jutaan penonton di seluruh dunia (Havens 2024).

3.4. Opening Doors

Opening Doors dalam konteks diplomasi budaya menggambarkan upaya untuk membuka jalur komunikasi dan interaksi antara berbagai budaya dengan tujuan membangun keterbukaan, solidaritas, dan kebersamaan. Melalui diplomasi

budaya, negara-negara dan masyarakat dapat memperkenalkan nilai-nilai, tradisi, dan identitas mereka kepada dunia, yang berfungsi sebagai undangan untuk dialog dan kolaborasi antar budaya (Schneiders 2003).

Ketika suatu negara atau organisasi memfasilitasi pertukaran budaya—misalnya melalui pameran seni internasional, program pertukaran pelajar, atau festival musik—mereka menciptakan ruang di mana individu dari berbagai latar belakang dapat berinteraksi, belajar, dan merayakan perbedaan serta kesamaan mereka. Interaksi ini membangun rasa solidaritas karena orang-orang dari berbagai bangsa dan budaya mulai mengenali kemanusiaan yang mereka bagikan, terlepas dari perbedaan budaya. Keterbukaan yang dihasilkan dari diplomasi budaya ini memperkuat ikatan antarbangsa dan memupuk rasa kebersamaan di panggung global.

88rising membangun komunitas penggemar yang kuat melalui berbagai platform media sosial dengan strategi yang efektif. Mereka hadir secara aktif di platform seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube, secara rutin mengunggah konten menarik seperti *behind-the-scenes*, teaser musik baru, dan interaksi langsung dengan penggemar. Artis-artis 88rising sering melakukan *live streaming*, sesi tanya jawab, dan posting yang merespon komentar penggemar, sehingga membangun hubungan yang lebih dekat dan membuat penggemar merasa dihargai. Selain itu, 88rising menyediakan konten eksklusif seperti cuplikan lagu yang belum dirilis dari proyek-proyek mendatang, serta konten interaktif seperti tantangan tarian di TikTok dan kontes seni visual yang mengundang partisipasi penggemar (Hu 2018).

88rising juga mengadakan festival dan konser untuk memperkenalkan dan merayakan budaya Asia, salah satu yang paling menonjol adalah festival musik "*Head in the Clouds*." Festival yang diselenggarakan oleh 88rising adalah sebuah acara tahunan yang dimulai pada tahun 2018 dan telah menjadi platform penting untuk mempromosikan bakat musik Asia, serta menciptakan rasa solidaritas dan kebersamaan di antara komunitas Asia dan para penggemarnya secara global. Festival ini berfungsi sebagai wadah untuk merayakan dan menyatukan budaya Asia melalui musik, seni, dan kuliner. Dengan menghadirkan artis-artis Asia yang beragam dan terkenal, festival ini menarik ribuan penggemar dari berbagai latar belakang.

Festival ini memberikan panggung bagi artis-artis Asia untuk menampilkan bakat mereka, mempromosikan musik Asia ke audiens yang lebih luas, dan menunjukkan keanekaragaman budaya Asia. Selain itu, festival ini memperkuat identitas kolektif dan rasa kebanggaan terhadap budaya asal mereka di kalangan komunitas diaspora Asia. Kolaborasi antara artis-artis Asia dan internasional yang terjadi di festival ini juga mempromosikan pertukaran budaya dan memperluas jaringan global mereka. Selain musik, festival ini menampilkan elemen-elemen budaya lain seperti seni visual, instalasi, dan kuliner, yang semuanya berkontribusi pada pengalaman yang memperkaya dan memperkuat ikatan budaya (Strickland 2018).

Festival *Head in the Clouds* menampilkan lineup artis utama yang beragam setiap tahunnya. Pada tahun 2018, festival yang diadakan di Los Angeles State Historic Park, Los Angeles, California ini menampilkan Joji, Rich Brian, Higher Brothers, dan Keith Ape, yang semuanya merupakan artis-artis terkenal

dari 88rising. Berlanjut di tahun 2019 Head in The Cloud diselenggarakan di tempat yang sama pada tahun sebelumnya menampilkan NIKI, AUGUST 08, Phum Viphurit, dan DPR Live, yang semakin memperkaya keragaman musik Asia. Pada tahun 2020 dan 2021, festival ini tidak diadakan secara fisik karena pandemi COVID-19, tetapi 88rising tetap aktif dengan berbagai proyek online dan kolaborasi virtual. Kemudian tahun 2022 menampilkan Jackson Wang, BIBI, Sweetie, dan Eaj (Jae Park) yang dilaksanakan di Brookside at the Rose Bowl, Pasadena, California. Dan masih ditempat yang sama pada tahun 2023, *Head in the Clouds* menampilkan Rina Sawayama, Jay Park, Chungha, dan Beabadoobee, yang menambah keberagaman dan daya tarik festival ini.

Dengan lineup yang beragam dan acara-acara yang inklusif, Festival Head in the Clouds tidak hanya menjadi ajang musik, tetapi juga sebuah perayaan budaya yang memperkuat ikatan dan solidaritas di antara komunitas Asia dan para penggemar mereka di seluruh dunia, serta mempromosikan kesadaran global akan kekayaan budaya Asia. Festival musik tahunan "*Head in the Clouds*" yang diselenggarakan oleh 88rising tidak hanya menampilkan penampilan artis-artis mereka tetapi juga menciptakan pengalaman budaya yang komprehensif, memperkuat rasa kebersamaan di antara penggemar (Koyama 2019).

Pada penyelenggaraan Head in the Clouds 2019, yang bertepatan dengan Hari Kemerdekaan Indonesia, NIKI membuka penampilannya dengan menyanyikan lagu kebangsaan Indonesia, "Indonesia Raya," diiringi suara rekaman Presiden pertama RI, Soekarno, saat membacakan naskah proklamasi kemerdekaan. Momen ini tidak hanya memperlihatkan kebanggaan NIKI terhadap identitas nasionalnya, tetapi juga menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan

penonton, baik yang berasal dari Indonesia maupun yang memiliki afinitas terhadap budaya Asia. Melalui tindakan simbolis ini, NIKI dan 88rising berusaha mengangkat identitas budaya, yang mengakui dan merayakan keberagaman budaya sambil membangun rasa solidaritas dan kebersamaan di antara komunitas Asia di Amerika Serikat (Adzani 2019).

Mereka juga berbagi cerita tentang perjalanan dan pencapaian artis-artis mereka, memberikan contoh konkret bagaimana artis Asia dapat berhasil di panggung global. Selain itu, 88rising berpartisipasi dalam berbagai panel diskusi dan konferensi yang fokus pada industri musik, media, dan kebudayaan. Acara ini sering kali diadakan oleh organisasi seperti SXSW (*South by Southwest*), MIDEM, dan konferensi industri lainnya. Di panel-panel ini, perwakilan dari 88rising berbicara tentang tantangan yang dihadapi oleh artis Asia dalam mendapatkan pengakuan di pasar musik internasional dan mendiskusikan strategi untuk meningkatkan representasi Asia di berbagai platform dan media. Melalui partisipasi dalam panel ini, 88rising tidak hanya membangun kesadaran tentang isu-isu representasi tetapi juga membangun jaringan dengan profesional industri lainnya yang memiliki visi serupa tentang diversitas dan inklusivitas (Saragih 2022).

Narasi bersama tentang cerita diaspora Asia melalui musik, video, dan wawancara membantu penggemar merasa terhubung dan memahami identitas kolektif mereka. 88rising mempromosikan nilai-nilai dan elemen budaya Asia secara positif, memperkuat rasa bangga akan identitas budaya di antara penggemar. Mereka juga mendukung isu-isu penting yang dihadapi komunitas Asia, seperti diskriminasi rasial dan representasi media, melalui kampanye sosial

dan kolaborasi dengan organisasi non-profit. Dengan strategi-strategi ini, 88rising tidak hanya membangun komunitas penggemar yang kuat tetapi juga menciptakan ruang di mana penggemar merasa terlibat, dihargai, dan terhubung dengan budaya Asia, memperkuat basis pendukung mereka dan mendukung tujuan mereka dalam mempromosikan budaya Asia secara global (Nguyen 2019).

BAB 4

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Upaya 88rising dalam mempromosikan budaya Asia di Amerika Serikat dapat disimpulkan sebagai hasil dari pengaruh dinamika interaksi budaya Asia di Amerika Serikat serta kombinasi dari kemitraan yang strategis, hubungan antara budaya dengan komunitas Asia dan pengoptimalan peluang di tengah globalisasi

Sebagai label rekaman dan perusahaan media, yang terbentuk dari keresahan Sean Miyashiro dan Brian Lee terhadap masalah representasi budaya Asia di Amerika Serikat yang telah ada semenjak kedatangan para imigran Tionghoa pada abad ke 19. 88rising berusaha untuk mengatasi masalah representasi budaya Asia dengan cara mempromosikan keberagaman budaya Asia melalui musik dan seni dengan artis-artis seperti Joji, Rich Brian, NIKI, Atarashii Gakkou, Higher Brothers, dan Keith Ape.

Untuk melihat bagaimana cara 88rising mempromosikan budaya Asia, penelitian ini menggunakan teori Diplomasi budaya yang didefinisikan oleh Cynthia P. Schneider sebagai alat komunikasi lintas budaya yang bertujuan untuk menciptakan rasa saling pengertian diantara bangsa-bangsa. Dengan membangun kemitraan strategis dengan label musik, media, dan sponsor internasional, seperti kolaborasi dengan Marvel dan merek fashion GUESS, 88rising memperluas jangkauan global dan memperkuat identitas budaya artis mereka. Mereka memperkenalkan identitas Asia dalam musik melalui lirik, gaya, dan visual pada video clip yang mencerminkan elemen budaya Asia, serta menggunakan berbagai genre musik dengan aransemen khas Asia dan lirik multibahasa.

Selain itu, festival musik "*Head in the Clouds*" yang diselenggarakan oleh 88rising menjadi platform penting untuk mempromosikan bakat musik Asia dan merayakan budaya Asia, memperkuat interaksi budaya di antara komunitas Asia dan penggemar mereka di seluruh dunia. Mereka memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk menjangkau audiens global dengan konten menarik dan mudah dibagikan.

Pemanfaatan media sosial mereka dirancang dengan baik untuk mempromosikan musik baru, tur, dan festival, serta meningkatkan interaksi penggemar dan visibilitas konten. Dengan memanfaatkan peluang yang optimal dan eksekusi yang efektif, 88rising memainkan peran penting dalam mengubah lanskap representasi budaya di industri hiburan global, mengatasi tantangan representasi, dan memperkuat kehadiran budaya Asia di kancah global

4.2 Rekomendasi

Penulis dapat merekomendasikan penelitian kedepannya adalah melakukan studi tentang 88rising yang berperan sebagai sebuah *Transnational Movement*. Penelitian ini dapat fokus pada bagaimana festival-festival budaya, seperti "*Head in the Clouds*" mempengaruhi komunitas lokal dan global. Studi ini dapat mencakup analisis tentang dampak ekonomi, seperti kontribusi festival terhadap ekonomi lokal melalui pariwisata, penjualan tiket, dan *merchandising*, serta peran festival dalam menciptakan peluang kerja dan mendukung bisnis lokal.

Selain itu, penelitian juga dapat mengeksplorasi dampak sosial, seperti bagaimana festival ini mempengaruhi persepsi publik tentang budaya Asia dan mengurangi stereotip atau prasangka, serta pengaruhnya terhadap komunitas

diaspora Asia dalam memperkuat identitas budaya dan rasa kebersamaan. Analisis tentang interaksi budaya dapat mencakup bagaimana festival memfasilitasi pertukaran budaya antara peserta dari berbagai latar belakang dan mempromosikan pemahaman serta apresiasi lintas budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adzani, Fadli. 2019. "Manggung di Los Angeles, Niki Zefanya Bawakan Indonesia Raya." *Hai-Online.com*, August 18, 2019.
<https://hai.grid.id/read/071822363/manggung-di-los-angeles-niki-zefanya-bawakan-indonesia-raja>.
- Afriani, Darniza. 2018. "PENGUNAAN HASHTAG SEBAGAI VARIAN PROMOSI PRODUK PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 3 (2).
- Baltin, Steve. 2019. "Exclusive: 88rising and Red Bull Team Up For 'Asia Rising,' A Documentary On Asian Rap Scene." *Forbes*, March 25, 2019.
<https://www.forbes.com/sites/stevebaltin/2019/03/25/exclusive-88rising-and-red-bull-team-up-for-asia-rising-a-documentary-on-asian-rap-scene/>.
- Connor, Jackson, and Chris Schonberger, dirs. 2018. Season 1, episode 1, "Joji and Rich Brian Make Spicy Indonesian Fried Chicken." *First We Feast*.
<https://www.youtube.com/watch?v=ohj8fSLqQU>.
- dao, dan q., tobias hess, michael costain, and Tobias Hess. 2019. "How 88Rising Raised the Bar for Asian Representation." *PAPER Magazine*, June 3, 2019.
<https://www.papermag.com/88rising-asian-representation-2638625195.html#rebelltitem27>.
- Dinh, Christine. 2021. "Shang-Chi and The Legend of The Ten Rings: The Album' Drops September 3." *Marvel.com*.
<https://www.marvel.com/articles/movies/shang-chi-legend-of-the-ten-rings-album>.

- Drohan, Freya. 2021. "GUESS Collaborates With Emerging Singer NIKI To Celebrate Her New Album 'Moonchild.'" *Daily Front Row*.
<https://fashionweekdaily.com/guess-collaborates-niki-moonchild/>.
- Havens, Lyndsey. 2024. "How 88rising Took a Music Industry Hub for Asian Artists From 'Far-Off Dream' to Singular Reality." *Billboard*, April 25, 2024.
<https://www.billboard.com/music/features/88rising-founders-asian-artists-coachella-interview-1235665075/>.
- Herrin, Matthew. 2020. "88rising Is Connecting Asian and Western Culture — stereovision." *stereovision*, July 9, 2020.
<https://thestereovision.com/content/88rising-is-connecting-asian-and-western-culture>.
- Hirschman, Charles. 2022. "Immigration to the United States: Recent Trends and Future Prospects." NCBI.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4302270/>.
- The Historian of the U.S. Department of State. n.d. "Milestones in the History of U.S. Foreign Relations - Office of the Historian." Milestones in the History of U.S. Foreign Relations - Office of the Historian.
<https://history.state.gov/milestones/1866-1898/chinese-immigration>.
- Hu, Cherie. 2018. "Forbes." *How 88Rising Wants To Become Disney For The Next Wave Of Global Internet Culture*, February 26, 2018.
<https://www.forbes.com/sites/cheriehu/2018/02/26/how-88rising-wants-to-become-disney-for-the-next-wave-of-global-internet-culture/?sh=369cc11d6d7f>.

- Hue, Warren, and Niki Zefanya, dirs. 2021. *california*. Featuring Rich Brian.
88rising, 2021. https://www.youtube.com/watch?v=_KzHGbpXMOY.
- Joyner, Brian D. 2005. *ASIAN REFLECTIONS ON THE AMERICAN LANDSCAPE-IDENTIFYING AND INTERPRETING ASIAN HERITAGE*.
<https://www.nps.gov/subjects/aapiheritage/upload/Asianisms.pdf>.
- Keck, Margaret E., and Kathryn Sikkink. 1999. "advocacy and lobbying within the framework of conceptual analysis of transnationalism movements."
Washington Course.
- Kelley, Caitlin. 2017. "Joji Interview: Comedian Behind Filthy Frank Talks Transition to Understated R&B." Billboard.
<https://www.billboard.com/music/rb-hip-hop/joji-interview-will-he-filthy-frank-8061822/>.
- Kim, Monica. 2018. "Keith Ape Talks Born Again, His First EP, and U.S. Comeback: Exclusive." *Vogue*, September 6, 2018.
<https://www.vogue.com/article/keith-ape-born-again-ep-korean-rap-star-comeback>.
- Koyama, Sofia. 2019. "Head in the Clouds, aka the "Asian Coachella," Returns for Another Year of Representation." *LAmag*, August 16, 2019.
<https://lamag.com/music/head-in-the-clouds-festival>.
- Lainsyamputty, Nokia P. 2021. "Yellow in Black and White: Representasi Identitas Asia oleh Rich Brian dalam Musik Hip-Hop di Amerika Serikat." *JURNAL MEDIA DAN KOMUNIKASI INDONESIA* 2 (1).
<https://doi.org/10.22146/jmki.58795>.

La La Lost You. 2019. Featuring Niki Zefanya. 88Rising, 2019.

https://www.youtube.com/watch?v=ErmgY5GX_wI.

Lamarre, Carl. 2018. "Rich Brian Discusses Debut Album 'Amen' and Name

Change: 'Rich Chigga Isn't Me Anymore.'" *Billboard*.

<https://www.billboard.com/music/rb-hip-hop/rich-brian-interview-album-a-men-name-change-8097424/>.

Lim, Jonathan, dir. 2019. *Asia Rising: The Next Generation of Hip Hop*. United States: RedBull Media.

https://www.youtube.com/watch?v=_vC2hvHa9T0.

Major, Michael. 2023. "Atarashii Gakko! Release New Song 'Tokyo Calling.'" *Broadway World*, October 20, 2023.

Broadway World, October 20, 2023.

<https://www.broadwayworld.com/bwwmusic/article/Atarashii-Gakko-Release-New-Song-Tokyo-Calling-20231020>.

Moran, Justin, and Erica Campbell. 2021. "Meet the Girls of J-Pop Breakout ATARASHII GAKKO!" *PAPER Magazine*.

<https://www.papermag.com/atarashii-gakko-88rising>.

Nguyen, Kimberly. 2019. "88rising brings the Asian music heat again with 'Head In The Clouds II'." *Gale Academic OneFile*, (October).

<https://link.gale.com/apps/doc/A602727565/AONE?u=anon~d556a332&sid=googleScholar&xid=06dbd38e>.

Noriega, Victoria. 2020. "The Lack of Asian American Representation in American Pop Music." *Pace University*, (May).

https://digitalcommons.pace.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1313&context=honorscollege_theses.

Pratama, Gandira, Rere Wahyudi, and Naratama Rukmandana. 2019. "Rich Brian, Niki Meriahkan Panggung 'Head In The Clouds' di Los Angeles." *VOA Indonesia*, August 21, 2019.

<https://www.voaindonesia.com/a/rich-brian-niki-dan-icinc-manggung-di-head-in-the-clouds-la/5049773.html>.

Ruiz, Neil G., Luis Noe, and Sono Shah. 2023. "2. Asian Americans and life in America." Pew Research Center.

<https://www.pewresearch.org/2023/05/08/asian-americans-and-life-in-america/>.

Salsabila, Annisa P. 2020. "GUESS X NIKI Luncurkan Koleksi Kapsul Moonchild yang Bergaya Sporty." *Hai Online*, December 16, 2020.

<https://hai.grid.id/read/072472079/guess-x-niki-luncurkan-koleksi-kapsul-moonchild-yang-bergaya-sporty?page=all>.

Santos, Vicky. 2021. "Experts on Asian culture talk about representation in media and Biden's new hate crimes act." Auburn College of Liberal Arts.

<https://cla.auburn.edu/news/articles/experts-on-asian-culture-talk-about-representation-in-media-and-biden-hate-crimes-act/>.

Saragih, Harriman S. 2022. "Mempelajari Cara Rich Brian, NIKI, dan 88Rising Membangun Audiens di Kancah Global." *VICE*, May 9, 2022.

<https://www.vice.com/id/article/pkpnmb/analisis-inovasi-bisnis-rich-brian-niki-dan-88rising-membangun-audiens-di-pasar-internasional>.

Schneiders, Cynthia P. 2003. "Cultural Diplomacy Research Series."

DIPLOMACY THAT WORKS: 'BEST PRACTICES' IN CULTURAL DIPLOMACY 10 (3). <https://interarts.net/descargas/interarts667.pdf>.

- Strickland, Stephanie S. 2018. "The Asian Hip-Hop Festival You Need to Know: On the Scene at 88Rising." *Billboard*, 9 28, 2018.
<https://www.billboard.com/photos/88rising-head-in-the-clouds-fest-photos/1-88-rising-niki-the-higher-brothers-rich-brian-joji-bb22-2018-beat-billboard-aruirgjur-1548/>.
- Teixeira, Lauren. 2018. "Higher Brothers Pemimpin Masa Depan Kancan Hip Hop Cina." *VICE*, January 30, 2018.
<https://www.vice.com/id/article/ne4ad7/higher-brothers-adalah-pemimpin-masa-depan-kancan-hip-hip-cina>.
- Watanabe, Paul Y., and Sungkwan E. Jang. 2022. "ANTI-ASIAN AMERICAN RACISM." Boston University.
<https://www.bu.edu/antiracism-center/files/2022/06/Anti-Asian.pdf>.
- Wong, Tiffany. 2020. "88rising reconnects Asian Americans with heritage – US-China Today." US-China Today.
<https://uschinatoday.org/features/2020/07/01/88rising-reconnects-asian-americans-with-heritage/>.
- Wui, Glenda L. 2010. "Philippine Sociological Review." *Transnational Social Movement: Examining its Emergence, Organizational Form and Strategies, and Collective Identity* 58:1-24.
<https://www.jstor.org/stable/43486330>.
- Xilin, Wang. 2021. "What is the Asian Cool in Hip-hop?" — *Focusing on Rich Brian's "Dat Stick", Higher Brothers' "Made in China", and Keith Ape's "IT G MA"*.

- Yen, Rhoda J. 2000. "Stereotip Rasial terhadap Orang Asia dan Orang Asia Amerika dan Pengaruhnya terhadap Peradilan Pidana: Sebuah Refleksi atas Kasus Wayne Lo." *JURNAL HUKUM ASIA* 7 (1).
- Yuen, Nancy W., Stacy L. Smith, Katherine Pieper, Marc Choueiti, Kevin Yao, and Dana Dihn. 2021. "The Prevalence and Portrayal of Asian and Pacific Islanders across 1,300 Popular Films." *USCAnneberg Inclusion Initiative*, (May).
https://assets.uscannenber.org/docs/aii_aapi-representation-across-films-2021-05-18.pdf.
- Yuliestiana, Arivia Tri D. 2018. *Transnasionalisme: peran aktor non negara dalam hubungan internasional*. Edited by Ani Soetjipto. N.p.: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Zhang, Haoran. 2018. "A Study of '88rising' and their YouTube Approach to Combine Asian Culture with the West."
<https://www.scss.tcd.ie/publications/theses/diss/2018/TCD-SCSS-DISSER-TATION-2018-065.pdf>.